

Analisis Potensi Dan Interaksi Antar Obyek Wisata Goa Untuk Perkembangan Kepariwisata Tingkat Regional di Kabupaten Tuban

Dwi Dyagarini Imastari

Mahasiswa S1 Pendidikan Geografi, dwidyagarinii@gmail.com

Dra. Hj. Sri Murtini, M.Si

Dosen Pembimbing Mahasiswa

Abstrak

Pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Tuban bisa dikatakan kurang optimal, hal ini dikarenakan kurang maksimalnya usaha Pemerintah Kabupaten Tuban dalam mengenalkan sektor pariwisata Kabupaten Tuban. Pariwisata Kabupaten Tuban yang khas adalah pariwisata goa, namun justru hanya beberapa goa saja yang bisa berkembang, sedangkan yang lain masih banyak yang kurang dikembangkan dan dikenal oleh masyarakat. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui alasan mengapa wisata goa kurang berkembang dengan menganalisis pola persebaran wisata goa, potensi, aksesibilitas, interaksi antar obyek wisata goa dan karakteristik wisatawan yang berkunjung di obyek wisata goa.

Jenis penelitian ini adalah penelitian survey. Lokasi penelitian dilakukan pada 5 obyek wisata yang sudah tercatat pada Dinas Pariwisata Kabupaten Tuban maupun yang belum tercatat. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah acidental random sampling yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan tanpa perencanaan sebelumnya. Peneliti mengambil masing-masing 20 pengunjung, karena tidak mengetahui jumlah pengunjung yang akan mengunjungi obyek tersebut. Metode pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data dengan teknik skoring.

Dari hasil penelitian Goa Akbar adalah obyek wisata goa yang masih menjadi tujuan utama para wisatawan yang datang ke Kabupaten Tuban, karena aksesnya yang mudah, tempatnya yang memiliki daya tarik tinggi dan masih dikelola dengan baik oleh pemerintah Kabupaten Tuban. Sedangkan obyek wisata goa yang lain masih tidak banyak diketahui oleh masyarakat luas karena memang tidak dikelola oleh pemerintah sehingga belum tercatat. Faktor penyebab yang lain adalah aksesibilitas yang sedikit sulit dijangkau jika dibandingkan dengan obyek wisata yang lain. Namun meskipun masih belum di resmikan sebagai obyek wisata oleh Pemerintah Kabupaten Tuban, obyek-obyek ini masih dikunjungi oleh para peminat khusus yang ingin menikmati keindahan goa-goa di Kabupaten Tuban. Interaksi yang terjadi memiliki nilai yang besar dikarenakan letaknya yang berdekatan. Berdasarkan hasil observasi secara langsung, didapati Goa Akbar dan Goa Ngerong memiliki aksesibilitas paling tinggi dan paling mudah karena posisinya bersebelahan dengan jalan raya utama. Dari hasil perhitungan interaksi dapat disimpulkan jika karakteristik wisatawan yang datang di wisata alam goa Kabupaten Tuban beragam. Mulai dari wisatawan banyak minat (umum), wisatawan petualang dan wisatawan minat khusus juga banyak yang mendatangi goa-goa di Kabupaten Tuban. Jumlah wisatawan minat khusus tidak banyak, karena pada dasarnya mencari wisatawan yang memiliki minat khusus goa masing sangat sulit. Dari analisis ini dapat diketahui bahwa Kabupaten Tuban memiliki kekayaan wisata alam goa yang banyak dikunjungi.

Kata Kunci : Potensi dan interaksi wisata goa, karakteristik wisatawan

UNESA
Universitas Negeri Surabaya

Abstract

The development of tourism in the regency of tuban less than optimal. It can be said it was because the less at the governments introduce business tuban in the tourism sector district tuban. Tourism district tuban that is distinctive of cave, is tourism but in fact only a few cave that could be developing world, while others still much less developed and known by the public. The purpose of this research is to know the reason why tour of cave less developed by analyzing the pattern of tourism spreads of cave, potential, accessibility, interactions among tourist attractions of cave and characteristic of a tourist who is visiting sights the cave.

Type this research is research survey. The research done on 5 tour object already registered in tourism agency district Tuban and yet recorded. Engineering the sample in this research is accidental random sampling --the sample done by chance without advance planning. Researchers take each visitors, 20 because not know the number of visitors will visit the object. A method of collecting data by means of interview observation and documentation. The engineering technique skoring with data analysis

From the research, goa akbar is the object will be the main purpose tourists come into district tuban, because its accesses that easy, its appeal high and are run well by regency tuban. While tourism goa another still not widely known by society because it did not maintained by the government as yet recorded. Of factors causing the other is accessibility a little hard to reach compared to tourism other. But although still not in as a tourist attraction by regency tuban, the objects is still visited by the special interested people who want to enjoy the beautifull caves in tuban. Interaction happened having great value because it is adjacent. Based on the results of observation directly, found Akbar and Ngerong Cave has the highest accessibility and most easily because of its position adjacent to the main highway. From the results of the calculation of interaction can be concluded if the characteristics of the tourists coming in the nature tourism of cave in Tuban is variety. Starting from tourists much interest (General), an adventurous travellers and tourists are also numerous special interests who came to caves in the Regency of Tuban. The number of special interest not many tourists, because basically looking for travelers who have a special interest in each of cave is very difficult. From this analysis can be known that Tuban has a wealth of natural attractions of cave that visited.

Keywords: potential and interaction cave tourism, tourist characteristics



PENDAHULUAN

Indonesia memiliki ribuan pulau dengan berbagai potensi dan daya tarik masing-masing. Salah satunya adalah kekayaan alam Indonesia. Sektor pariwisata adalah salah satu sektor andalan yang diharapkan dapat memperluas dan meratakan kesempatan berusaha, lapangan kerja serta memupuk rasa cinta tanah air (Yoeti, 1999: 57-58). Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari satu tempat ke tempat yang lain disuatu daerah (Ricard Sihile, 2000:46). Salah satu cara agar tempat-tempat tersebut dapat diketahui masyarakat luas adalah dengan mengenalkan dan mempromosikan obyek wisata tersebut.

Berbagai upaya promosi dilakukan pemerintah untuk pengembangan yang dilakukan untuk menarik wisatawan mengunjungi berbagai obyek wisata yang ada di Indonesia. Pemerintah daerah juga memiliki peranan penting dalam mengembangkan industri pariwisata. Hal ini tercermin dalam perencanaan semua komponen-komponen kepariwisataan menjadi suatu kegiatan yang mendukung perkembangan kepariwisataan itu sendiri (A. Cahyono, 2004:3). Pengembangan Daerah Tujuan Wisata dilakukan berdasarkan kondisi dan potensinya, yaitu pengembangan tingkat lokal, regional atau nasional. Pengembangan Daerah Tujuan Wisata tingkat regional diperuntukkan kepada beberapa lokasi wisata yang dilakukan secara bersama-sama. Lokasinya tidak hanya dalam satu kawasan, akan tetapi berpencar dan dapat berupa obyek wisata yang mempunyai satu atau lebih atraksi (Agus Sutedjo dan Sri Murtini, 2007: 59)

Kabupaten Tuban adalah salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang posisinya berada pada jalur pegunungan kapur utara. Dilihat dari posisinya, Kabupaten Tuban menyimpan banyak potensi pariwisata baik pariwisata alam, buatan, kebudayaan dan yang paling berkembang adalah pariwisata religi. Dari hasil survey yang dilakukan peneliti, perkembangan dari pariwisata religi lebih berkembang cepat dibandingkan dengan pariwisata alamnya. Padahal di Kabupaten Tuban memiliki banyak tujuan wisata alam, terutama wisata alam goa. Peneliti meneliti wisata goa di Kabupaten Tuban karena Kabupaten Tuban merupakan salah satu kota yang memiliki julukan kota seribu goa, yang seharusnya menjadi sorotan.

Permasalahan yang perlu dikaji adalah kurang berkembangnya wisata alam goa jika dibandingkan dengan wisata religi di Kabupaten Tuban. Karena jika dijangkau dari lokasi, wisata alam goa yang ada di Kabupaten Tuban tidak terlalu jauh dengan wisata religi yang berkembang tersebut. Hal ini menyatakan bahwa interaksi yang terjadi antar obyek wisata masih rendah. Interaksi antar obyek wisata dapat mencerminkan karakteristik dari wisatawan yang berkunjung. Obyek wisata seperti apa yang diinginkan oleh para wisatawan tersebut.

Mempertimbangkan gejala diatas, maka rumusan masalah yang akan diungkapkan adalah sebagai berikut : 1) Bagaimana pola persebaran wisata

goa di Kabupaten Tuban ?, 2) Bagaimana potensi yang dimiliki masing-masing obyek wisata di Kabupaten Tuban ?, 3) Mengapa obyek wisata goa tersebut kurang berkembang ?, 4) Berapa besar interaksi antar obyek wisata goa di Kabupaten Tuban ?, 5) Bagaimana karakteristik wisatawan yang berkunjung di Kabupaten Tuban ?

Dari rumusan masalah diatas, didapat 6 variabel penelitian. Variabel tersebut adalah pola persebaran obyek wisata goa, daya tarik, aksesibilitas, promosi, interaksi antar obyek wisata goa dan karakteristik wisatawan.

Untuk mengetahui pola persebaran yang ada pada kelima obyek wisata menggunakan data jarak antar obyek wisata dan luas wilayah Kabupaten Tuban. dari hasil perhitungan akan diketahui tipe/pola persebaran obyek wisata goa tersebut, apakah mengelompok dengan indeks nilai 0-1, random dengan indeks nilai 1 – 2,15, atau seragam dengan indeks nilai >2,15. Dari data pola persebaran diatas, juga dapat diketahui aksesibilitas antar obyek wisata goa dan interaksi yang terjadi pada tiap-tiap obyek wisata goa. Aksesibilitas adalah hal yang dapat memberikan suatu kemudahan kepada wisatawan untuk berkunjung ke suatu obyek wisata. Sedangkan interaksi adalah hubungan timbal balik antara satu obyek dengan obyek wisata yang lain sehingga terjadi perkembangan pada obyek wisata tersebut.

Aksesibilitas atau keterjangkauan dalam kepariwisataan merupakan mudah tidaknya suatu lokasi obyek wisata untuk dijangkau atau dikunjungi oleh wisatawan. Aksesibilitas tidak selalu terkait dengan jarak, tetapi berkaitan dengan kondisi medan, ada tidaknya sarana transportasi atau sarana komunikasi, dan kadang-kadang budaya. (Agus Sutedjo dan Sri Murtini, 2007:49). Aksesibilitas yang dimaksud disini adalah jarak masing-masing obyek wisata dengan pusat kota atau ibu kota kabupaten. Selain itu juga ketersediaan alat atau jasa transportasi yang menuju lokasi obyek wisata goa. Jumlah jasa transportasi sangat berpengaruh terhadap kemudahan pengunjung dalam mengunjungi obyek wisata goa tersebut.

Menurut Oka A. Yoeti, (1985:41) promosi adalah usaha untuk memberi tahu, membujuk mengingatkan lebih khusus lagi untuk mempengaruhi pedagang perantara melalui komunikasi agar mereka terpikirkan untuk melakukan sesuatu, dalam hal ini datang dan menikmati obyek wisata yang ada serta berharap lain waktu akan berkunjung kembali. Suksesnya suatu kegiatan pemasaran obyek wisata tidak hanya tergantung pada promosi yang dimiliki oleh obyek wisata tersebut melainkan ditambah dengan bagaimana caranya menyampaikan atau mempromosikan obyek wisata tersebut kepada masyarakat umum. Yang dimaksud disini adalah promosi menurut pendapat para pengunjung, diketahui dari mana pengunjung memperoleh sumber informasi adanya obyek wisata. Promosi yang dilakukan oleh pengunjung meliputi media apa saja yang digunakan, cara mempromosikan dan jangkauan promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola.

Analisis Potensi dan Interaksi Antar Obyek Wisata Goa Untuk Perkembangan Kepariwisata Tingkat Regional di Kabupaten Tuban

Karakteristik wisatawan yang dimaksud disini adalah karakteristik yang dilihat dari sering tidaknya wisatawan mengunjungi obyek wisata goa, dengan siapa wisatawan mengunjungi obyek wisata goa (sendiri, keluarga/rekan terdekat/pasangan, rombongan). Dari hal-hal tersebut, maka jenis wisatawan dapat dikategorikan menjadi wisatawan petualang, wisatawan minat khusus, wisatawan banyak minat dan wisatawan backpacker.

Secara konseptual penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan oleh Pemerintah Kabupaten Tuban dan Dinas Kepariwisata Kabupaten Tuban dalam upaya perkembangan sektor pariwisata terutama perkembangan wisata alam goanya.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Tuban yang meliputi 5 obyek wisata goa antara lain Goa Akbar, Goa Ngerong, Goa Lowo, Goa Manuk dan Goa Terus. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian *survei* dengan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data pokok (Bintarto dan Hadi Sumarsono: 1991). Subyek penelitian adalah wisatawan yang berkunjung masing-masing lokasi 20 responden, pengelola obyek wisata dan kawasan wisata itu sendiri. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *Accidental Random Sampling*. Sedangkan tahapan dalam penelitian ini yaitu terdiri dari tahap awal yaitu observasi, menyusun proposal penelitian dan menyusun instrumen penelitian. Sedangkan tahap berikutnya yaitu tahap pelaksanaan melakukan observasi dan wawancara secara langsung juga melakukan dokumentasi dengan mengumpulkan gambaran-gambaran dari lokasi obyek wisata goa. Dan untuk tahap terakhir yaitu mengumpulkan data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk selanjutnya diambil kesimpulan dari hasil keseluruhan penelitian.

Perangkat penelitian yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini adalah instrumen wawancara dan data sekunder dari pihak pengelola juga dari Dinas Kepariwisata Kabupaten Tuban. Dan alat yang digunakan adalah GPS.

Teknik analisis data yang digunakan yaitu yang pertama dengan menggunakan GPS peneliti mencari titik koordinat posisi dari masing-masing lokasi penelitian, yaitu titik dari 5 obyek wisata goa, yang kemudian digambarkan menjadi sebuah peta pola persebaran yang bersumber dari peta rupa bumi. Untuk mengetahui pola persebaran yang terbentuk dari kelima obyek wisata goa yang ada di Kabupaten Tuban.

Teknik analisis data kedua dengan menggunakan analisis penilaian atau penskoran dengan wawancara secara langsung menggunakan instrumen wawancara dengan para responden dalam hal ini adalah para pengunjung. Bertujuan untuk mengetahui potensi dari obyek wisata goa yang meliputi daya tarik, aksesibilitas dan sumber informasi (promosi). Adapun penghitungan skor dengan menggunakan analisis sebagai berikut:

Nilai terendah = variabel \times skor terendah

Nilai tertinggi = variabel \times skor tertinggi

Setelah diketahui nilai terendah dan tertah dan tertinggi, tahap selanjutnya adalah mencari interval kelas dval kelas dengan rumus:

$$\text{kelasinterval} = \frac{\text{nilaitertinggi} - \text{nilaiterendah}}{\text{jumlah kelas}}$$

Teknik analisis ketiga dengan menggunakan wawancara secara langsung kepada pengunjung (responden) dengan menggunakan kuisioner. Yang bertujuan untuk mengetahui besarnya nilai interaksi antar obyek wisata goa yang ada di Kabupaten Tuban.

Teknik analisis daya yang ke empat dan kelima sama seperti teknik analisis yang ke dua dengan tujuan mengetahui alasan mengapa goa-goa yang ada karakteristik wisatawan yang berkunjung di obyek wisata goa di Kabupaten Tuban.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi yang didalamnya terdapat unsur daya tarik, aksesibilitas dan sumber informasi (promosi) juga interaksi yang terjadi antar 5 obyek wisata goa yang ada di Kabupaten Tuban untuk perkembangan bidang kepariwisataan di Kabupaten Tuban dalam satu wilayah regional. Penelitian dilakukan pada 15 April sampai 24 Mei 2014 di 5 obyek-obyek wisata goa yang ada di Kabupaten Tuban. Data yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah data deskriptif kuantitatif. Untuk hasil perhitungan secara rinci diuraikan pada lampiran. Berikut ini data hasil penelitian dan pembahasan.

Untuk mengetahui besar potensi wisata pada masing-masing kawasan wisata goa, pengukuran dari masing-masing indikator dapat diketahui skor dan penilaian pada masing-masing lokasi obyek wisata goa. Skor yang diperoleh berasal dari data baik itu data maksimal atau data minimal.

Pola Persebaran

Jumlah lokasi penelitian yang hanya meliputi 5 titik saja, maka peneliti menggunakan teori tetangga terdekat. Teori tetangga terdekat untuk mengetahui pola persebaran yang dimiliki oleh obyek-obyek wisata goa yang ada di Kabupaten Tuban. dengan menggunakan data jarak terdekat pada tiap-tiap obyek wistaa, dalam teori ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$T = \frac{J_u}{J_h}$$

Keterangan:

T = indeks penyebaran tetangga terdekat

Ju = jarak rata-rata, diukur satu titik dengan tetangga terdekat

Jh = jarak rata-rata, andai semua titik memiliki pola random

Jh = $I / (2\sqrt{p})$

P = Kepadatan titik per km², yaitu jumlah titik (N) dibagi dengan luas wilayah (A) aatau P= N/A

Untuk menghitung pola persebaran berdasarkan teori tetangga terdekat diperlukan data jarak terdekat masing-masing titik lokasi penelitian. Hasil data jarak terdekat terdapat pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Tetangga Terdekat Obyek Wisata Goa di Kabupaten Tuban

No	Titik	Terdekat	Jarak (km)
----	-------	----------	------------

Analisis Potensi dan Interaksi Antar Obyek Wisata Goa Untuk Perkembangan Kepariwisata Tingkat Regional di Kabupaten Tuban

1.	Goa Akbar	Goa Ngerong	29,07
2.	Goa Ngerong	Goa Akbar	29,07
3.	Goa Lowo	Goa Manuk	0,1
4.	Goa Manuk	Goa Lowo	0,1
5.	Goa Terus	Goa Manuk	1,25
Jumlah Jarak			59,59

Sumber: Hasil analisis data tahun 2014

1. $Ju = \frac{\text{jumlah jarak}}{\text{jumlah titik}} = \frac{59,59}{5} = 11,918$
2. $P = \frac{\text{jumlah titik}}{\text{luas wilayah}} = \frac{5}{1904,70} = 0,002625085315$
3. $Jh = \frac{1}{\sqrt[2]{p}} = \frac{1}{\sqrt[2]{0,002625085315}} = 19,51768445$
4. $T = \frac{ju}{jh} = \frac{11,918}{19,51768445} = 0,610625713$

Pola persebaran dari hasil perhitungan diatas dengan nilai 0,610625713 termasuk dalam kategori mengelompok atau memusat. Dengan hasil pada gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Peta Persebaran Obyek Wisata Goa

Daya Tarik

Terdapat 3 aspek yang menjadi pembahasan dalam menganalisis daya tarik yaitu *something to see*, *something to do* dan *something to buy*. Akan tetapi dalam pembahasan ini, peneliti hanya menganalisis dua aspek utama yaitu *something to see* dan *something to do*. Kemudian disimpulkan untuk menganalisis 5 variabel yaitu tata warna, tata letak, ornamen goa, keasrian dan kegiatan. Adapun hasil yang didapat menggunakan analisis data seperti yang telah dituliskan diatas nilai terendah adalah 5 dan nilai tertinggi adalah 15, sehingga diperoleh kategori sebagai berikut:

- Skor 1 : 5 - 8 (Rendah)
 Skor 2 : 9 - 12 (Sedang)
 Skor 3 : 13 - 15 (Tinggi)

Daya tarik pada masing-masing obyek wisata dianalisis dan mendapat hasil pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Nilai Daya Tarik Masing-Masing Obyek Wisata Goa

No	Obyek	Σ responden	Skor	Ket.
1.	Goa Akbar	20	11	Sedang
2.	Goa Ngerong	20	10	Sedang
3.	Goa Lowo	8	12	Sedang
4.	Goa Manuk	8	13	Tinggi
5.	Goa Terus	8	11	Sedang

Sumber: Hasil analisis data tahun 2014

Aksesibilitas

Aksesibilitas disini mengandung 2 variabel utama yaitu jarak dan ketersediaan jasa transportasi umum. Semakin dekat jarak dan semakin banyak sarana transportasi umum maka aksesibilitas semakin tinggi. Semakin banyak moda transportasi yang dapat digunakan untuk menjangkau obyek wisata maka semakin tinggi pula nilai aksesibilitas. Adapun yang dimaksud disini adalah jarak tempuh dan ketersediaan jasa transportasi umum masing-masing obyek wisata dengan pusat kota atau jalan raya utama pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Letak Obyek Wisata Goa dengan Jalan Raya (Jalan Utama)

No	Obyek	Jarak (km)	Ket.	Transp ortasi	Ket
1.	Goa Akbar	0,5	S. Tinggi	Lyn Ojek Becak	Sedang
2.	Goa Ngerong	26,5	S. Rendah	Lyn	Rendah
3.	Goa Lowo	35,7	S. rendah	Tidak ada	S. rendah
4.	Goa Manuk	35,8	S. Rendah	Tidak ada	S. Rendah
5.	Goa Terus	34,6	S. Rendah	Tidak ada	S. Rendah

Sumber: Hasil analisis data 2014

Promosi

Berdasarkan hasil penelitian, promosi mencakup media apa yang digunakan dan dari mana responden mendapat info mengenai keberadaan obyek wisata goa di Kabupaten Tuban. semakin banyak responden menyatakan memperoleh informasi dari media promosi pengelola obyek wisata, maka promosi yang dilakukan semakin maksimal.

Nilai terendah dari analisis adalah 2 dan nilai tertinggi adalah 6. Kemudian dikategorikan menjadi:

- Skor 1 : 1 - 2 (minimal)
 Skor 2 : 3 - 4 (sedang)
 Skor 3 : 5 - 6 (maksimal)

Hasil analisis promosi masing-masing obyek wisata menurut pendapat dari para pengunjung yang menjadi responden terdapat pada tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Promosi Berdasarkan Pendapat Responden

No	Obyek	Σ responden	Skor	Ket.
1.	Goa Akbar	20	3	Sedang
2.	Goa Ngerong	20	2,6	Minimal
3.	Goa Lowo	8	2,6	Minimal
4.	Goa Manuk	8	2,6	Minimal
5.	Goa Terus	8	2,3	Minimal

Sumber: Hasil analisis data 2014

Selain promosi menurut pendapat para pengunjung (responden), peneliti juga menganalisis informasi yang bersumber dari pihak pengelola mengenai media yang digunakan dan frekuensi penayangan promosi untuk kepariwisataan wisata goa khususnya. Adapun media-media tersebut meliputi,

Analisis Potensi dan Interaksi Antar Obyek Wisata Goa Untuk Perkembangan Kepariwisata Tingkat Regional di Kabupaten Tuban

televisi, radio, surat kabar, booklet dan papan reklame.

Maka diperoleh analisis sebagai berikut:

Tinggi : Jika menggunakan 4-5 media promosi

Sedang : Jika menggunakan 2-3 media promosi

Rendah : Jika hanya menggunakan 1 media promosi

Hasil analisis promosi yang dilakukan oleh pengelola pada masing-masing obyek wisata terdapat pada tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Data Promosi yang Dilakukan Pihak Pengelola

No	Obyek	Media	Frekuensi	Jangkauan	Ket.
1.	Goa Akbar	Televisi, Radio, Booklet, Papan reklame	1 minggu hingga 3 bulan	Regional (Jawa Timur)	Tinggi
2.	Goa Ngerong	Televisi, Radio, Booklet	1 minggu hingga 1 bulan	Regional (Jawa Timur)	Sedang
3.	Goa Lowo	Mulut ke mulut	-	-	Rendah
4.	Goa Manuk	Mulut ke mulut	-	-	Rendah
5.	Goa Terus	Mulut ke mulut	-	-	Rendah

Sumber: Hasil analisis dan wawancara langsung

Interaksi

Interaksi meliputi hubungan timbal balik antar obyek wisata goa. Dalam interaksi mengandung 2 unsur yaitu jarak dan kecenderungan pengunjung mengunjungi satu goa ke goa yang lain dalam satu kali kunjungan. Semakin dekat jarak maka akan semakin besar interaksi. Selain jarak, jumlah pengunjung juga mempengaruhi interaksi antar obyek wisata. Hasil analisis interaksi antar obyek wisata goa terdapat pada tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 6. Interaksi Antar Obyek Wisata Goa Kabupaten Tuban

No	Interaksi Obyek	Interaksi
1.	Goa Akbar - Goa Ngerong	4
2.	Goa Akbar - Goa Terus	0
3.	Goa Ngerong - Goa Akbar	10
4.	Goa Ngerong - Goa Lowo	0
5.	Goa Ngerong - Goa Manuk	0
6.	Goa Ngerong - Goa Terus	0
7.	Goa Lowo - Goa Manuk	8
8.	Goa Lowo - Goa Terus	8
9.	Goa Manuk - Goa Terus	8

Sumber: Hasil analisis data 2014

Karakteristik Wisatawan

Karakteristik wisatawan menyatakan tipe-tipe wisatawan seperti apa yang sering berkunjung ke wisata goa di Kabupaten Tuban. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Goa Akbar dan Goa Ngerong merupakan wisatawan banyak minat atau wisatawan umum, dengan ciri tujuan mereka berkunjung adalah refreshing dan bersenang-senang juga mengisi waktu luang (liburan). Rata-rata mereka berkunjung ke obyek

wisata tersebut beberapa kali ketika mendapat waktu luang. Sedangkan karakteristik wisatawan di Goa Lowo, Goa Manuk dan Goa Terus adalah wisatawan minat khusus. Adapun ciri dari wisatawan minat khusus adalah tujuan mereka berkunjung, dan rata-rata para peminat khusus hanya sekali dua kali saja mengunjungi satu obyek karena mereka akan mencari obyek lain yang berbeda kondisinya

PEMBAHASAN

Kondisi Daya Tarik, Aksesibilitas dan Ketersediaan Informasi (promosi) Wisata Goa di Kabupaten Tuban

Jika dilihat dari daya tarik yang meliputi keindahan, keasrian, kegiatan yang disajikan, keberadaan fasilitas belanja dan kekhasan kawasan obyek wisata dihitung berdasarkan analisis penskoran seperti yang sudah dijabarkan pada penyajian data dan analisis data. Dari analisis data didapati daya tarik tertinggi adalah Goa Akbar dengan jumlah skor 11 yang masuk dalam kategori daya tarik sedang. Karena lokasi yang berdekatan dengan pusat kota, sudah banyak dikenal oleh wisatawan baik dari dalam maupun luar Kabupaten Tuban dan didalam obyek wisata Goa Akbar sudah dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas pendukung yang membuat nyaman para wisatawan. Sedangkan Goa Ngerong yang juga sudah dikelola dengan baik masih memiliki nilai yang dikategorikan sedang yakni 10. Yang membedakan dengan Goa Akbar adalah lokasi yang jauh dengan pusat kota dan jalur utama/jalur propinsi, sehingga jangkauannya tidak lebih baik dibandingkan Goa Akbar. Adapun fasilitas penunjang yang tersedia masih kurang mendukung, salah satunya adalah tempat parkir yang terlalu sempit sehingga kebanyakan yang berkunjung ke Goa Ngerong adalah wisatawan yang bersifat individu maupun dalam kelompok yang kecil. Sedangkan Goa Lowo dan Goa Manuk yang belum dikelola secara resmi oleh Pemkab memiliki daya tarik yang tinggi menurut wisatawan minat khusus yang berkunjung ke tiga lokasi goa tersebut. Meskipun tidak terdapat fasilitas penunjang layaknya Goa Akbar atau Goa Ngerong, ketiga goa ini memiliki nilai lebih pada ornamen-ornamennya yang masih alami yang berbeda dengan obyek yang sudah berkembang namun ornamennya sudah banyak mengalami kerusakan atau mati.

Goa Akbar dan Goa Ngerong memiliki aksesibilitas yang tinggi karena lokasinya yang dekat dengan pusat kota juga karena lokasinya yang berada di seberang jalan raya. Sehingga tidak akan sulit menemukan obyek wisata ini. Berbeda dengan tiga goa yang lain, meskipun lokasinya berada tidak terlalu jauh dari pusat kota, namun minimnya kendaraan umum yang melewati kawasan tersebut menyebabkan sedikit sulit untuk berkembang. Apalagi tidak semua kendaraan pribadi melewati jalan di kawasan itu. Berbeda dengan para peminat khusus dan para wisatawan petualang yang selalu memiliki tujuan menemukan hal-hal yang baru, meskipun lokasinya

sedikit susah dijangkau mereka tetap melakukan perjalanannya. Makadari itu pada Goa lowo, Goa Manuk dan Goa Terus sebagian besar wisatawan yang datang adalah peminat khusus. Bagi para peminat khusus aksesibilitas menuju ke tiga goa ini masih sangat mudah. Karena masih banyak melewati jalan aspal, dan hanya sekitar 200 meter saja melewati jalan makadam yang masih bisa dijangkau oleh sepeda motor.

Promosi pada dasarnya bertujuan untuk mengundang para wisatawan untuk mengunjungi suatu obyek wisata. Dari hasil observasi dan wawancara langsung kepada wisatawan di obyek wisata Goa Akbar dan Goa Ngerong didapat pendapat bahwa promosi yang dilakukan cukup baik meskipun masih sangat minim pada tingkat regional. Pemerintah Kabupaten Tuban rutin memperbarui media yang digunakan untuk mempromosikan adanya obyek wisata tersebut. Jika para wisatawan mengetahui upaya promosi yang dilakukan oleh pemerintah atau jika wisatawan mengetahui adanya obyek wisata tersebut dari media yang digunakan pihak pengelola, maka dapat diartikan bahwa promosi yang dilakukan sangat efektif untuk menambah jumlah pengunjung suatu obyek wisata. Sedangkan pada Goa Lowo, Goa Manuk dan Goa Terus sangat minim promosi, karena memang tidak pernah dilakukan promosi oleh pihak pengelola. Namun adanya pengunjung yang datang ke obyek-obyek tersebut sebagian besar karena informasi dari mulut ke mulut yang dampaknya juga cukup besar untuk menambah jumlah pengunjung.

Jarak yang dekat, akses yang mudah dan daya tarik yang tinggi akan memunculkan suatu interaksi atau hubungan timbal balik antar satu obyek dengan obyek yang lain. Hal ini terjadi pada obyek wisata yang sudah berkembang di Kabupaten Tuban. Dari hasil observasi dan wawancara secara langsung, sebagian besar wisatawan yang berkunjung di Goa Akbar itu berasal dari obyek wisata religi yang lokasinya dekat dengan Goa Akbar, sehingga nilai interaksinya besar. Namun hal ini masih belum terjadi antara wisata goa dengan wisata goa yang lain. Maka dari itu dari perhitungan dengan menggunakan metode gravitasi dan interaksi dalam ruang, masih menghasilkan nilai yang rendah. Namun berbeda dengan interaksi yang terjadi antara Goa Lowo, Goa Manuk dan Goa Terus, karena yang banyak mengunjungi obyek ini adalah peminat khusus, dengan jarak yang dekat wisatawan akan mengunjungi ketiganya dalam satu kali kunjungan. Bahkan tidak jarang mereka mendirikan tenda untuk menginap beberapa hari agar bisa menyusuri ke tiga goa sekaligus. Jarak obyek yang tidak terlalu jauh dengan pemukiman penduduk, membuat para wisatawan ini tidak mengalami kesulitan dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Jadi meskipun mereka tidak banyak membawa kebutuhan pokok dari tempat asal, mereka tidak akan mengalami kesulitan dalam memenuhinya.

Perbandingan Daya Tarik, Aksesibilitas dan Ketersediaan Informasi Dengan Wisata Goa Maharani di Kabupaten Lamongan

Obyek wisata Goa Maharani yang terletak pada 6° 51' 59.63" Lintang Selatan dan 112° 19' 39.21" Bujur Timur tepatnya di Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan merupakan salah satu wisata goa yang sudah berkembang pesat dan layak dijadikan contoh bagi perkembangan wisata goa di Kabupaten Tuban. Meskipun lokasinya jauh dari pusat kota dan jalur utama (± 43 km), namun wisata Goa Maharani ini tidak pernah sepi pengunjung. Selain itu lokasinya juga dekat dengan wisata lain seperti Wisata Bahari Lamongan dan wisata religi makam Sunan Drajad. Dilihat dari kondisi tersebut, Pemerintah Kabupaten Lamongan berinisiatif membangun dan menambah sarana transportasi dan jumlah angkutan umum yang menuju ke obyek wisata ini. Meskipun lokasi dari Goa Maharani tidak mendukung dibangunnya wisata, dengan ketanggapan dari pemerintah daerah menjadikan aksesibilitas dari Goa Maharani dirasa bisa teratasi (Achmad Fany Kurniawan: 2010)

Daya tarik utama yang dimiliki oleh Goa Maharani adalah fenomena goa yang didukung dengan fasilitas seperti lampu-lampu yang berwarna-warni cukup menerangi kondisi dalam goa. Selain fenomena goa, di wisata Goa Maharani juga memiliki koleksi satwa-satwa eksotis yang didukung juga dengan daya tarik lain seperti taman bermain untuk anak-anak, taman rekreasi dan edukasi seperti galeri satwa, *amphitheatre*, dan *gemstone gallery* serta kampung afrika yang menyediakan aneka souvenir dan oleh-oleh khas daerah setempat.

Pengelolaan yang ada di Goa Maharani juga memiliki nilai tambah. Selain didukung oleh Pemerintah Kabupaten Lamongan, obyek wisata ini juga memiliki investor tetap yaitu PT. Bumi Lamongan Sejati. Dengan kondisi pengelolaan yang dimaksimalkan ini, sangat menunjang pengelolaan dibidang informasi/promosi, pembangunan dan pengembangan obyek wisata. Promosi yang terlihat jelas adalah dipasangnya baliho-baliho besar yang terletak di beberapa titik disepanjang jalur pantura di Kabupaten Lamongan. Hal tersebut dilakukan karena lokasi dari obyek wisata Goa Maharani bukan merupakan jalur angkutan umum antar kota antar provinsi.

Dari uraian di atas, tampak perbedaan perkembangan yang terjadi antar goa-goa di Kabupaten Tuban dengan Goa Maharani sangat signifikan. Maka dari itu, hal tersebut perlu dijadikan masukan kepada pengelola wisata dan Pemerintah Kabupaten Tuban agar wisata goa yang ada di Kabupaten Tuban bisa lebih berkembang.

Sedangkan dari hasil perhitungan yang sama dengan perhitungan mencari nilai skor pada goa yang ada di Kabupaten Tuban, pada Goa Maharani memiliki nilai sebagai berikut; daya tarik dengan skor 13 termasuk kategori sangat tinggi, aksesibilitas yang sedang dengan skor 3, karena memang jalan menuju goa maharani masih terbatas untuk beberapa jasa

Analisis Potensi dan Interaksi Antar Obyek Wisata Goa Untuk Perkembangan Kepariwisata Tingkat Regional di Kabupaten Tuban

angkutan umum saja, promosi dengan skor 24 termasuk kategori sangat tinggi karena yang ikut serta mempromosikan obyek wisata ini tidak hanya pemerintah dan pihak pengelola, akan tetapi memiliki investor tetap (pihak swasta) juga ikut serta membantu perkembangan promosi dari Goa Maharani. Sedangkan karakteristik wisatawan yang mengunjungi obyek wisata Goa Maharani termasuk dalam kategori wisatawan banyak minat dengan nilai 9.

Pengembangan Wisata Goa Pada Masa Mendatang

Pada dasarnya yang paling terpenting dari perkembangan suatu obyek wisata adalah adanya pengelolaan. Pengelolaan yang dimaksud adalah upaya pengembangan dan memaksimalkan promosi. Jika promosi dilakukan secara maksimal dan menyeluruh sehingga terdengar oleh para calon wisatawan, maka daerah tujuan wisata akan sudah direncanakan oleh para calon wisatawan tersebut. Jika suatu obyek wisata memiliki daya tarik yang tinggi namun tidak diimbangi dengan promosi atau penyebaran informasi maka keberadaannya tidak akan diketahui oleh calon wisatawan.

Obyek wisata yang sudah berkembang tidak selalu mengalami peningkatan pengunjung. Hal tersebut terjadi apabila pengelolaan yang dilakukan kurang baik atau tidak diperhatikan. Untuk menjaga kestabilan jumlah pengunjung atau untuk meningkatkannya perlu dilakukan peningkatan kualitas pengelolaan. Peningkatan kualitas yang perlu dilakukan misalnya, menjaga kebersihan dan perawatan segala fasilitas yang ada atau menambah kegiatan-kegiatan yang menarik para pengunjung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Kabupaten Tuban memiliki 5 obyek wisata goa dengan pola persebaran memusat atau mengelompok karena berada pada satu barisan pegunungan kapur utara.
2. Obyek wisata Goa di Kabupaten Tuban memiliki potensi yang meliputi:
 - a. Daya tarik yang masuk dalam kategori sedang kurang diimbangi dengan pengelolaan yang baik oleh para pengelola masing-masing obyek wisata. Dan beberapa obyek wisata seperti Goa Lowo dan Goa Manuk yang masuk dalam kategori tinggi memang kurang ditunjang dengan pengelolaan yang jelas.
 - b. Aksesibilitas rendah dikarenakan untuk menuju lokasi obyek wisata memerlukan kendaraan pribadi, dan sulit mendapat kendaraan umum meskipun jarak dan medannya mudah.
 - c. Promosi obyek wisata goa di Kabupaten Tuban sangat kurang. Hal ini dikarenakan pengelola sendiri tidak terlalu memperhatikannya. Dan lebih terfokus pada wisata yang sudah berkembang.
3. Kurang berkembangnya wisata goa di Kabupaten Tuban karena kurangnya perhatian dari pengelola dari aspek promosi dan perkembangan fasilitas

penunjang. Aksesibilitas yang rendah juga merupakan salah satu faktor lain penyebab tidak berkembangnya obyek-obyek wisata goa yang ada di Kabupaten Tuban.

4. Interaksi yang terjadi antar obyek wisata goa di Kabupaten Tuban termasuk kategori tinggi karena letaknya yang rata-rata mengelompok. Menurut hasil perhitungan dengan model gravitasi dan interaksi dalam ruang, terdapat nilai interaksi yang besar antara Goa Lowo, Goa Manuk dan Goa Terus.

Karakteristik wisatawan yang mengunjungi obyek wisata goa di Kabupaten Tuban mulai dari wisatawan banyak minat (umum) dan wisatawan minat khusus. Wisatawan banyak minat sering berkunjung di Goa Akbar dan Goa Ngerong, wisatawan minat khusus banyak berkunjung di Goa Lowo, Manuk dan Terus.

SARAN

1. Pemerintah Kabupaten Tuban perlu melakukan pengelolaan yang lebih baik dari obyek wisata yang sudah dikembangkan yang meliputi fasilitas yang banyak dikeluhkan oleh para pengunjung dan aksesibilitas menuju obyek wisata tersebut.
2. Dalam suatu obyek wisata, kebersihan adalah komponen utama untuk memberikan kenyamanan bagi para pengunjung, maka dari itu bagi para pengelola obyek-obyek tersebut seyogyanya mampu memberikan kenyamanan bagi para pengunjung dengan memperhatikan kebersihan dengan serius.

DAFTAR PUSTAKA

- Bintarto dan Hadi Sumarsono, S. 1991. *Metoda Analisa Geografi*. Jakarta : LP3 ES.
- Cahyono, Agung. 2004. *Pengembangan Wisata Goa Gong di Desa Bomo Kecamatan Punung Kabupaten Pacitan*. Surabaya
- Kurniawan, Achmad Fany. 2010. *Tinjauan Geografis Terhadap Upaya Pengembangan Obyek Wisata Goa Maharani di Kabupaten Lamongan*. Skripsi. Surabaya.
- Sihite, Richard. 2000. *Tourism Industri (Kepariwisataan)*. Surabaya : IPC
- Sutedjo, Agus dan Murtini, Sri. 2007. *Geografi Pariwisata*. Surabaya : UNESA University Press
- Yoeti, Oka. 1999. *Industri Pariwisata dan Peluang Kesempatan Kerja*. Jakarta : Perja
- Yoeti, Oka. 1985. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung : Angkasa